

"Meetjesland moet een sterk merk worden"

nieuws

Het Meetjesland gaat Coca Cola, Mercedes en Lotus Bakeries achterna. Als het van Bart Van Herck afhangt, wordt het een sterk merk. "We willen onze sterktes meer dan ooit uitspelen", luidt het. De mensen van Streekplatform+ Meetjesland kregen deze week een delegatie van het Ierse Cork over de vloer. Ze kregen een lesje over "branding" of merkbeleid. In januari zouden ze zelf het Meetjesland als merk officieel lanceren.

🕒 14 OKTOBER 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:34

□

Het Meetjesland gaat Coca Cola, Mercedes en Lotus Bakeries achterna. Als het van Bart Van Herck afhangt, wordt het een sterk merk. "We willen onze sterktes meer dan ooit uitspelen", luidt het in Het Nieuwsblad. De mensen van Streekplatform+ Meetjesland kregen deze week een delegatie van het Ierse Cork over de vloer. Ze kregen een lesje over "branding" of merkbeleid. In Ierland is de regio West Cork tien jaar geleden al begonnen met haar eigen merk.

Sindsdien kent Cork een opleving op cultureel en economisch vlak. Bart Van Herck wil het voorbeeld van Cork volgen, al beseft hij wel dat het een werk van lange adem zal worden. "Vele regio's en gemeenten hebben een logo, maar ze raken meestal niet verder dan dat. Er moet een visie achter zitten. Het mag geen merk zonder inhoud zijn. We ontwikkelen een toekomstvisie Meetjesland 2020. Tegen dan moeten we er volledig staan".

Die toekomstvisie ligt al in grote lijnen vast, al zijn de concrete actiepunten minder bekend. De nadruk ligt op leef- en woonomgeving - dynamische kernen met open ruimte en groen - en nieuwe economische ontwikkelingen. "We zijn al sterk in voeding en industrie, maar we moeten ook kenniseconomie naar hier halen", klinkt het ambitieus. Van Herck denkt bijvoorbeeld aan bijzondere bedrijventerreinen in een groen kader om specialisten en andere knappe koppen naar de streek te halen.

De officiële lancering van het regionaal merk is voorzien voor 18 januari, maar Van Herck lichtte gisteren al een tipje van de sluier op. Er komt een aanstekelijk logo met een bijhorende tekst. 'Meetjesland, Maak het Mee' zou een mogelijke slagzin kunnen worden. Van Herck pleit er alvast voor om het nieuwe merk Meetjesland als tweede merk op de verpakking van bepaalde producten te plaatsen of in de briefwisseling. Dat zal ondersteund worden door opvallende initiatieven. Zo zullen borelingen in het fusieziekenhuis mogelijks een T-shirt krijgen met daarop Made in Meetjesland.

Meer informatie: [Streekplatform+ Meetjesland](#)

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)